

дуктовых инноваций, востребованных на мировом рынке; и с промышленно развитыми странами мира. Межгосударственные инновационные системы являются важнейшей частью глобального пространства, а также проявлением процесса регионализации в данной сфере.

Список литературы

Кузык, Б. Н. Россия – 2050: стратегия инновационного прорыва / Б. Н. Кузык, Ю. В. Яковец. – М. : Экономика, 2005. – 624 с.

Овчинников, В. В. Глобальная конкуренция / В. В. Овчинников. – М. : Ин-т экон. стратегий, 2007. – 360 с.

Поступила в редакцию 12.09.2013.

Рецензенты: Г. А. Шмарловская – декан факультета международных отношений БГЭУ, доктор экономических наук, профессор;

С. А. Кизима – заведующий кафедрой международных экономических отношений Академии управления при Президенте Республики Беларусь, доктор политических наук.

К. В. Якушенко

ЕДИНОЕ ИНФОРМАЦИОННОЕ ПРОСТРАНСТВО: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К СОДЕРЖАНИЮ ПОНЯТИЯ

Автор раскрывает понятие «единое информационное пространство» через такие категории, как «информационное пространство», «информация», «единое пространство». На основе приведенных взаимосвязей автор выделяет критерии, компоненты, объекты и субъекты единого информационного пространства, определяет его параметры.

Article the author reveals the concept of «unified information space» via categories such as «information space», «information», «common space». Based on these linkages author identifies criteria, components, objects and subjects of a unified information space, defines its parameters.

Ключевые слова: единое информационное пространство, информационное пространство, информационные структуры, информационная среда.

Keywords: common information space, information space, information structures, information sphere.

Якушенко Ксения Валентиновна – кандидат экономических наук, доцент кафедры мировой экономики факультета международных экономических отношений БГЭУ, доцент.

В условиях глобализации общество вступило в новую эпоху, называемую постиндустриальной. Для этого периода развития общества характерно преобладающее значение роли информации во всех сферах человеческой деятельности – политике, науке, культуре, экономике и т. д. Информация становится основным источником трансформации в структуре производства и играет важную роль на всех уровнях организационной системы предприятия. С развитием информационных технологий все больше факторов, вовлеченных в процесс производства, имеют в своей основе информационную составляющую. Можно говорить о том, что стабильность функционирования и дальнейшего развития фирм находится в прямой зависимости от информационных потоков внутренней и внешней среды, поскольку от качества и объема предоставленной информации будет зависеть успех организации в условиях неопределенности и риска. Таким образом, информационная составляющая становится основой организации «информационного общества» и ключевым источником инноваций и последующей динамики развития [1, с. 213].

Б. Я. Советов, отмечая характерные признаки информационного общества, приводит такую особенность, как наличие единого информационного пространства [2, с. 120]. Вместе с тем общепринятого определения в экономической науке еще не сложилось. Данный термин используется наряду с такими понятиями, как «информационная среда», «информационное поле», иногда термины взаимозаменяемы. В. Н. Костюк отождествляет понятие информационного пространства и информационного общества [3].

Однако в данной статье будет представлено мнение о том, что возникла необходимость формирования самостоятельного понятия «единое информационное пространство» и выявления составляющих его структуры. Прежде чем перейти к определению единого информационного пространства, рассмотрим общее понятие пространства как такового.

Сама категория пространства до сих пор является достаточно подвижной и малоопределенной. Человечество далеко ушло от античных толкований пространства и понимания категории философами Нового времени [4]. Так, изначально категория пространства осмысливалась в рамках неразделенного знания с позиций философии. Древнегреческий философ Аристотель утверждал, что пространство – это логическое существование вещей. Согласно Ньютону, пространство – это объективная реальность, но пустая. Беркли усматривал в пространстве умственную абстракцию, построенную на сочетании звука и света. Кант видел в пространстве особую форму, наполненную чувственным опытом и представляющую хорошую возможность для природной классификации понятий.

В XX в. отношения между обществами и людьми коренным образом изменились. Произошла переориентация и в трактовке пространства. Все

чаще пространство понимается как умственный конструкт, наполняемый человеческим опытом, т. е. происходит отход от его понимания как естественной данности в географическом смысле.

Несмотря на неоднозначность категории, следует остановиться на рабочем понятии, которое можно будет конкретизировать с учетом европейских реалий и новых мирополитических тенденций. В качестве рабочего понятия можно использовать определение Р. Ф. Туровского: «Пространство – совокупность объектов (предметов, явлений, процессов), которые рассматриваются с помощью таких атрибутов, как положение относительно друг друга, протяженность, форма, расстояние и ориентация, взаимодействие, пересечение» [5, с. 15].

Таким образом, подходы к определению информационного пространства различаются либо по метрическим характеристикам с учетом происходящих в нем процессов, либо от концепции информационного поля, аналогичного электромагнитному.

Например, М. А. Смирнов связывает понятие информационной среды и реальной территории. «Информационная среда – это совокупность информационных условий существования субъекта (это наличие информационных ресурсов и их качество, развитость информационной инфраструктуры) и является отражением географической среды» [6]. Автор данного определения считает, что поскольку развитие и формирование первых социумов происходило в рамках развития природно-географического фактора, то именно он оказывал влияние на овладение и накопление информацией, а следовательно, и формирование информационной среды. Более открытые в географическом плане социумы развивались быстрее.

В технических науках информационное пространство понимается как информационно-поисковая система, т. е. упорядоченная совокупность информационных единиц (данных), для которых обеспечен их поиск и расшифровка.

Б. Я. Советов дает следующее определение информационного пространства: «...как совокупности информационных процессов, математической моделью которой является некоторое функциональное пространство, интерпретируемое, например, как система детерминант, обеспечивающих протекание определенных информационных процессов» [2, с. 165].

До сих пор это понятие трактуется достаточно широко. Иосиф Дзялошинский приводит анализ трех основных подходов к трактовке информационного пространства [7, с. 5]:

- геополитический подход;
- ноосферно-информационный;
- социальный.

С геополитической точки зрения под информационным пространством можно понимать некую виртуальную территорию, которая принадлежит

государству, является специфическим государственным ресурсом и должна защищаться от возможных агрессоров [8, с. 4]. Само понятие «пространство» или «территория» является здесь основополагающим. Т. В. Закупень рассматривает информационное пространство как территорию, «покрытую», «охваченную» информацией, информационными ресурсами и инфраструктурой, в рамках которой все субъекты... имеют одинаковые возможности получения, передачи и всех других манипуляций с информацией в любой точке этого пространства» [9, с. 2]. Е. П. Прохоров определяет информационное пространство как территорию, на которой функционируют СМИ, которые располагают и управляют информационными ресурсами [10, с. 20].

Данный подход определяет пространство на основании двух признаков: наличие границ и способность быть наполненным. Таким образом, в контексте геополитики «информационное пространство» – это выделенная неким субъектом территория, на которой размещаются информационные ресурсы, источники информации, технологические системы сбора, обработки, распространения информации, а также пользователи информационных ресурсов, подпадающие под юрисдикцию законодательства, действующего на этой территории.

Второй подход в понимании информационного пространства связан с системой информационных взаимодействий на определенной виртуальной или материальной территории. При этом подходе используются такие категории, как «упорядоченная совокупность информационных процессов»; «информационное поле»; «информационно-поисковая система» и т. д., анализируется проблематика информационного пространства в рамках концепции ноосферы [7, с. 4].

Важным аспектом информационного пространства является управление знанием (knowledge management). В западной концепции понятия данных (data), информации (information) и собственно знаний (knowledge) существенно различаются у различных авторов [11]. Одни рассматривают иерархическую соподчиненность понятий от данных к знанию, другие определяют их как тесное взаимопроникновение. Так, данные, как и информация, требуют наличия определенного знания для их эффективного применения. И в то же время они являются инструментом для создания новых знаний и т. д. В любом случае этим понятиям отводится важная функция в сфере бизнеса и предпринимательства.

Создание информационного пространства открывает доступ к корпоративным базам данных и соответствующим документам, что приводит к взаимодействию знания и информации. Процесс управления знанием является необходимой ступенью для освоения информационного пространства и его эффективного использования.

В данном понимании информационного пространства основной упор делается на поведении в нем субъекта. Если его рассматривать с двух

точек зрения, как логическое и как интуитивное, то формируются две оси: ось преимущественно логического поведения (мышление – общение – обучение – наука – информационная деятельность) и ось преимущественно интуитивного поведения (медитация – телепатия – вера – священные тексты – ритуал). Тогда информационное пространство будет рассматриваться как ряд рефлексивных процессов, соответствующих вышеуказанным объектам.

Другие направления рассматривают информационное пространство как гипертекстовую структуру [12]. Иными словами, это некое место, которое наполнено взаимосвязанными друг с другом концептами, текстами и документами, знаками и образами.

Социальный подход определяет информационное пространство как сферу отношений между людьми и общностями с целью обмена информацией. В этом случае информационное пространство может быть определено как некая общность структур (организаций, отдельных индивидов или их групп), которые взаимодействуют на основе информационных отношений, т. е. отношений сбора, производства, распространения и потребления информации [13]. И. А. Семенов в рамках данного подхода предлагает учитывать влияние трех направлений исследований:

1. Описание и анализ влияния информационных технологий на социально-политическую сферу в прошлом и настоящем.

2. Роль новых информационных технологий в трансформации социальных подсистем и социальных технологий – вычерчивание вектора трансформации.

3. Производство информационными технологиями новых социальных и политических технологий и деструкция существующих [13].

Следовательно, рассмотрим взаимосвязь этих понятий и выйдем через нее на определение единого информационного пространства.

На рисунке представлена схема взаимосвязанного перехода от пространства к Единому информационному пространству (ЕИП).

Согласно выведенному определению критериями единого информационного пространства являются:

- единообразие информации (обеспечивается высокой информационной культурой общества, где информация доступна для понимания, поиска и использования);

- цели (задачи) пространства (когда субъекты, взаимодействующие в пространстве, вступили в него с единой целью или вектор их целей совпадает);

- возможность получения доступа, которая реализуется только при соблюдении единообразия.

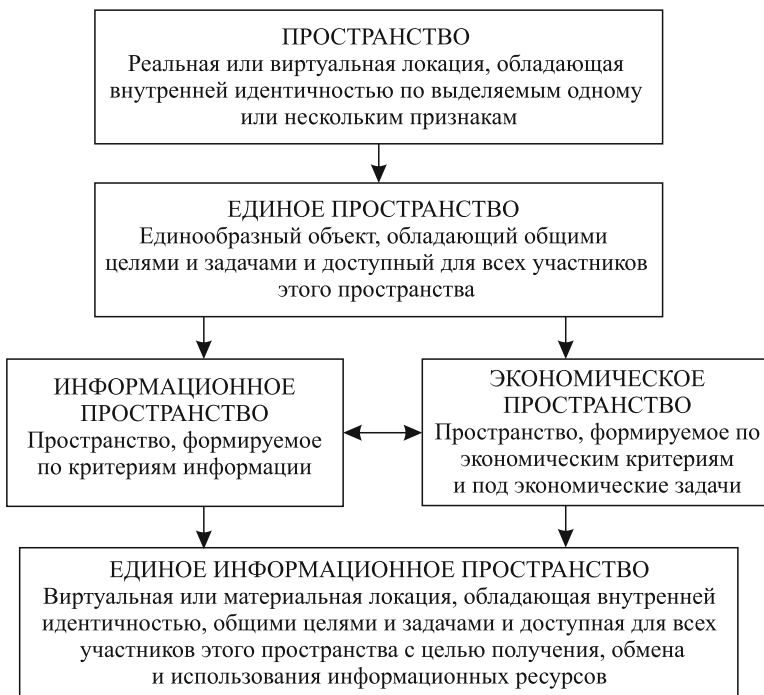


Схема взаимосвязи основных понятий

Компонентами единого информационного пространства являются:

- информационные ресурсы (это различные данные, которые закреплены на соответствующих носителях информации);
- организационные структуры (обеспечивают развитие и функционирование и ЕИП, а именно – поиск, сбор, обработку, хранение и передачу информации);
- средства информационного взаимодействия граждан и организаций (все те технические устройства, с помощью которых обеспечивается доступ к информационным ресурсам на основе соответствующих информационных технологий, включающие программно-технические средства и организационно-нормативные документы).

Объектами единого информационного пространства являются:

- информация;
- информационная среда;
- отражение субъектов единого информационного пространства в информационном пространстве;

- транзакции (все взаимодействия между участниками единого информационного пространства).

Субъекты ЕИП – это компании или группы компаний, фирмы и предприятия, рядовые потребители.

Инфраструктура ЕИП представляет собой совокупность информационных ресурсов, средств информационного воздействия и организационных структур.

Институциональная структура ЕИП должна быть представлена политическими, экономическими и социальными нормами, посредством которых будет осуществляться контроль и координация субъектов пространства внутри пространства и за его пределами.

Инфраструктура ЕИП представляет собой совокупность средств информационного воздействия и организационных структур.

Единое информационное пространство для различных систем может существенно отличаться. В частности, для определенного вида систем оно будет обладать следующими параметрами:

- виды информационных ресурсов, которыми могут обмениваться объекты системы (текстовая, графическая информация, базы данных, программы, аудио-, видеоинформация т. д.);

- количество объектов, которые информационно взаимодействуют в системе;

- территория, на которой расположены объекты, охваченные ЕИП (весь мир, территория страны, региона, района, города);

- правила организации обмена информационными ресурсами между объектами (обмен типа «клиент–сервер», «точка–точка», маршрутизация, протоколы обмена и др.);

- скорость обмена информационными ресурсами между объектами; типы каналов обмена информационными ресурсами между объектами (проводной, оптоволоконный, спутниковый) и др.

Таким образом, информационное пространство – это поле информационных отношений, создаваемое взаимодействующими по поводу информации субъектами, но вместе с тем имеющее свое особое (системное) качество, отсутствующее в самих субъектах. Оно может рассматриваться как социальный ресурс и как пространство отношения.

Пространство в данном контексте понимается как некая реальная или виртуальная локация, обладающая внутренней идентичностью по выделяемым одному или нескольким признакам. Единое пространство – единый объект, обладающий общими целями и задачами и доступный для всех участников этого пространства.

Так, ЕИП является основным и неперенным условием стабильного развития общества и его производительных сил. Целью создания ЕИП является формирование такой среды, в которой достоверная информация

станет доступной любому пользователю с учетом единообразных критериев. Отсутствие монополизации позволит создать условия для рынка совершенной конкуренции на основе информационных технологий, коммуникации и связи.

Библиографические ссылки

1. *Stigler G.* The Economics of Information // *J. of Political Economy.* – 1961. – Vol. 69, № 3. – 213 p.
2. *Советов Б. Я., Цехановский В. В.* Информационные технологии. – М. : Высш. шк., 2003. – 263 с.
3. *Костюк В. Н.* Информационные процессы в постиндустриальном обществе. – URL: http://ecsocman.hse.ru/data/546/714/1231/009_Kostyuk.pdf (дата обращения: 28.06.2013).
4. *Буданова И. А.* Конструируя новоевропейское пространство: дискурс MONOTOPIA. – URL: http://update.ivanovo.ac.ru/jdownloads/zhurnal/vestnik%20ivanovskogo%-20gosudarstvennogo%20universiteta/gumanitar/2008%20histor_2008_4.pdf#page=90
5. *Туровский Р. Ф.* Политическая регионалистика. – М., 2002. – С. 15.
6. *Смирнов М. А.* Информационная среда и развитие общества. – URL: <http://www.emag.iis.ru/arc/infosoc/emag.nsf/0/ed5b20026789b14ac3256d0600676a7f?OpenDocument> (дата обращения: 28.06.2013).
7. *Дзялошинский И.* Информационное пространство России: структура, особенности функционирования, перспективы эволюции. – М., 2001. – 30 с.
8. *Newby G.* Metric Multidimensional Information Space // *Information Space.* – 1996. – Nov. – 15 p.
9. *Закупень Т. В.* Правовые и организационные аспекты формирования информационного пространства государств – участников СНГ. – М., 1998. – С. 20.
10. *Прохоров Е. П.* Журналистика и демократия. – М., 2001. – С. 192.
11. *Stenmark D.* The Relationship between Information and Knowledge. – URL: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.21.965&rep=rep1&type=pdf> (дата обращения: 12.08.2013).
12. *Каткова М. В.* Понятие «информационное пространство» в современной социальной философии. – URL: <http://212.193.37.141/files/izvestia/full/2008-2-6.pdf> (дата обращения: 05.08.2013).
13. *Семенов И. А.* Социально-политические импликации информационных технологий. – URL: http://www.ict.edu.ru/vconf/index.php?a=vconf&c=getForm&r=thesisDesc&d=light&id_sec=98&id_thesis=3346 (дата обращения: 22.06.2013).

Поступила в редакцию 10.09.2013.

Рецензенты: *Е. С. Лисица* – ведущий экономист финансово-экономической службы Управления «Белорусская железная дорога», кандидат экономических наук;

О. В. Старовойтова – доцент кафедры мировой экономики БГЭУ, кандидат экономических наук, доцент.